

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA  
(Studi Konsumen Toyota Avanza di Kota Malang)**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

**Dyas Ramadhan Pandu Ardhywinata  
201410160311205**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2018**

**SKRIPSI**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA  
(Studi Konsumen Toyota Avanza di Kota Malang)**

Oleh :

**Dyas Ramadhan Pandu Ardhwinata**

**201410160311205**


Diterima dan disetujui  
pada tanggal 18 Juli 2018

Pembimbing I,


Pembimbing II,

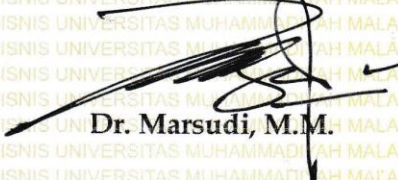
  
**Dr. Rahmad Wijaya, M.M.**

  
**Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.**

  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,**

**Ketua Jurusan,**

  
**Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

  
**Dr. Marsudi, M.M.**



**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**  
**PENGARUH BAURAN PEMASARAN**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA**  
**(Studi Konsumen Toyota Avanza di Kota Malang)**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Dyas Ramadhan Pandu Ardhwinata**

NIM : **201410160311205**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 18 Juli 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : **Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.**

Penguji II : **Drs. Noor Aziz, M.M.**

Penguji III : **Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.**

Penguji IV : **Dr. Rahmad Wijaya, M.M.**

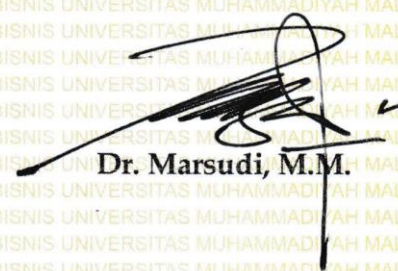
1.   
2.   
3.   
4. 



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

**Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

Ketua Jurusan,

  
**Dr. Marsudi, M.M.**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kepada peneliti kemudahan dalam proses penulisan skripsi ini, serta peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak bahwa pada akhirnya penulis berhasil menuntaskan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza”. Dengan tuntasnya penelitian ini, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Drs. Fauzan M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Marsudi, M.M., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dr. Rahmad Wijaya, M.M. selaku pembimbing I dan Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M. selaku pembimbing II yang dengan ikhlas telah banyak membantu, membimbing dan memberikan masukan dalam penyusunan penelitian ini.
5. Bapak / Ibu Dosen Manajemen yang telah membagi dan memberikan pengetahuan yang lebih selama perkuliahan.



6. Orang tua saya tercinta Papa Alm. H. Sumardi, Mama Hj. Atiek Pindiastutie, kakak tersayang saya Dyan Rahayu Chinta Dewi, kakak ipar saya Ahmad Ramli serta kekasih saya Fitria Nastiti Hardyani yang telah memberikan dukungan dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Teman-teman Manajemen 2014 D yang telah memberikan motivasi dalam penyusunan penelitian ini.
8. Teman-teman sebimbingan yang senantiasa membantu dan berjuang bersama dalam penyelesaian skripsi ini untuk memperoleh gelar sarjana.
9. Semua pihak yang tidak bisa di sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis sangat menyadari bahwa kesempurnaan itu hanya milik Allah SWT. Demikian penulisan skripsi ini semoga dapat bermanfaat bagi khasanah ilmu pengetahuan dan diri penulis sendiri.

Malang, 18 Juli 2018

Penulis,

Dyas Ramadhan Pandu Ardhywinata

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Umum Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori .....	11
B. Penelitian Terdahulu .....	28
C. Kerangka Pikir .....	30
D. Hipotesis Penelitian.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
A. Lokasi Penelitian.....	34
B. Jenis Penelitian.....	34
C. Populasi dan Sampel .....	34
D. Definisi Operasional Variabel.....	35
E. Jenis dan Sumber Data.....	37
F. Pengujian Instrumen.....	38
G. Analisis Data .....	40
H. Uji Hipotesis .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
A. Gambaran Umum Responden .....	46
B. Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	48
C. Deskripsi Jawaban Responden.....	51
D. Analisis Data .....	60
E. Uji Hipotesis .....	66

F. Pembahasan.....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan .....	77
B. Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>81</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Mobil di Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Jumlah Penjualan Mobil di Indonesia Berbagai Brand.....	2
Tabel 1.3 Jumlah Penjualan Avanza dan Calya (2017).....	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.2 Skala Likert .....	38
Tabel 3.3 Rentang Skala.....	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Tingkat Usia, Pendidikan dan Pendapatan.....	46
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel.....	48
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	50
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Produk (X1).....	51
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Harga (X2).....	53
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Promosi (X3).....	54
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Saluran Distribusi (X4).....	56
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	64
Tabel 4.12 Ringkasan Uji Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji T.....	67



## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Hasil Uji Autokorelasi.....	63
--	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <b>Kerangka Pikir</b> .....	30
--	----



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner penelitian
- Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner
- Lampiran 3 Identitas Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Autokorelasi
- Lampiran 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinieritas
- Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 8 Hasil Uji Regresi
- Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas





## DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, Hendra Noky. 2013. Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Innova di Semarang. *Diponegoro Journal of Manajemen*. Volume 2. Nomor 3.
- Cannon, Joseph P., Perreault, William D., McCarthy, Jerome. 2009. *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Salemba Empat
- Data Penjualan Kendaraan Bermotor. <https://www.gaikindo.or.id/indonesian-automobile-industry-data/>
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, & Budhi. 2015. Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi dan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 4, No 9.
- Kismono, Gugup, 2001. *Pengantar Bisnis*. Edisi I. Cetakan I. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugraheni, Merlita. 2016. Analisis Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Wonosobo.
- Pratiwi dan Sudiksa. 2014. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada PT. Agung Automall Denpasar.
- Schiffman, J. dan K. Kanuk. 2010. *Consumer Behaviour*. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Setiawan, Wilson dan Sugiharto, Sugiono. 2014. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Volume 2, No 1.
- Sudirman, Bachri, Syamsul., Rombe, Elimawaty. 2015. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian City Car KIA Picanto Pada PT Kars Inti Amanah (KALLA KIA) Palu*.

Sugiyono, 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

